

ЖУРНАЛИСТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ JOURNALISM EDUCATION

УДК 070
EDN UZVKMH
DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(1).88-106
Научная статья



Функции журналистики в контексте профессиональной культуры глазами российских студентов специальности «телевизионная журналистика»*

Долгова Ю.И.

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,
г. Москва, Российская Федерация, YIDolgova@gmail.com

Аннотация. В условиях глобальной турбулентности растет значение понимания журналистами своей миссии, мотивации к реализации функций СМИ как социального института. Данная работа посвящена исследованию представлений о функциях будущих работников телевидения, обучающихся на профильной кафедре факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Опрос показал ориентированность студентов, в первую очередь, на реализацию традиционной триады функций: информационной, развлекательной и просветительской. Большинство респондентов видели своей главной задачей информирование аудитории, понимаемое ими как основная и важнейшая обязанность. Второй по популярности оказалась развлекательная функция, значимость которой студенты аргументировали особенностью современного медиапространства: в нем новости преимущественно узнают из социальных сетей и мессенджеров, тогда как телевидение используется для отдыха и развлечения. В качестве приоритетной задачи СМИ студенты часто называли культурно-просветительскую, способствующую, на их взгляд, развитию как личности, так и общества. Опрос показал повышение профессиональной ответственности на более старших курсах: у бакалавров третьего курса развлекательная функция пользовалась большей популярностью, чем у студентов четвертого курса и обучающихся магистратуры. Исследование продемонстрировало рост внимания студентов к обязанности управлять общественным мнением, важность которой респонденты обосновывали как большим количеством подобного программного продукта на ТВ, так и спецификой современной внешнеполитической ситуации. Социальная ценность исследовательской журналистики, важность реализации контрольной функции медиа отмечалась в нескольких ответах, но не была популярной. Сложной внешнеполитической обстановкой респонденты обосновывали не только приоритет управленческой функции, но и раз-

* Материалы обсуждены на XXVII международной научно-практической конференции «Журналистика XXI века (Санкт-Петербургский государственный университет, г. Санкт-Петербург, 17–18 ноября 2023 г.)».

влекательной, и культурно-просветительской, полагая, что журналисты должны помочь зрителям отвлечься от новостей. Исследование показало наличие близких функций в современной теории телевизионной журналистики и необходимость дальнейшей теоретизации и концептуализации данного вопроса.

Ключевые слова. Функции журналистики, функции медиа, телевидение, теория журналистики, обучение журналистике, телевизионная журналистика.

Финансирование. Публикация статьи профинансирована СПбГУ, приказ № 5926/1 от 26.04.2023.

Информация о статье. Дата поступления 19 января 2024 г.; дата поступления после доработки 12 февраля 2024 г.; дата принятия к печати 14 февраля 2024 г.; дата онлайн-размещения 25 марта 2024 г.

Original article

The Functions of Journalism in the Context of Professional Culture Through the Eyes of Russian Students Learning TV Journalism**

Yulia I. Dolgova 

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation,
YIDolgova@gmail.com

Abstract. In the context of global turbulence, the importance of journalists understanding their mission and motivation to implement the functions of the media as a social institution is growing. In this paper, attention is focused on the study of ideas about the functions of future television workers studying at the specialized department of the Faculty of Journalism of Lomonosov Moscow State University. The survey showed that students are primarily focused on the implementation of the traditional triad of functions: informational, entertainment and educational. The majority of respondents saw their major task as informing the audience, which they understood as the main and most important task of the media. The second most popular was the entertainment function, the importance of which the students have proved to be a feature of the modern media space, where news can be learned from digital media, while television is used for recreation and entertainment. As a priority, students also often referred to the cultural and educational function, which contributes to the development of both the individual and society. The study also demonstrated the growing attention of students to the function of public opinion management. The social value of investigative journalism and the importance of implementing the control function of the media were noted in several responses, but were not in demand. The respondents justified not only the importance of a managerial function, but also an entertainment, cultural and educational one, believing that journalists should help viewers distract from the agenda.

** The materials were discussed at the XXVII International Scientific and Practical Conference “Journalism of the XXI Century” (Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, November 17–18, 2023).

Keywords. Journalism functions, media functions, television, journalism theory, journalism training, television journalism.

Funding. The publication of the article was funded by Saint Petersburg State University, Order No. 5926/1 dated April 26, 2023.

Article info. Received January 19, 2024; revised February 12, 2024; accepted February 14, 2024; available online March 25, 2024.

Введение

Во второй половине XX в. телевидение обладало статусом самого популярного, массового и влиятельного СМИ [1–4]. Цифровизация, фрагментация аудитории, усиливающееся соперничество с новыми медиа способствовали потере голубым экраном своих позиций [5]. Однако по-прежнему мало какое СМИ способно составить конкуренцию телевидению с точки зрения реализации функций СМИ как социального института на самую широкую аудиторию [2; 6; 7]. Поэтому обращение к исследованию целей и задач телевизионной журналистики, а также к изучению степени понимания своих обязанностей студентами факультетов журналистики в сложной внешнеполитической обстановке кажется актуальным и значимым.

Рассматривая создание экранного произведения как деятельность, а функции журналистики (телевизионной журналистики) как назначение этой деятельности, следует отметить важность целеполагания для последующего определения ее успешности. Эффективное выполнение стоящих перед медиа задач зависит от корректного осознания своих обязанностей самим субъектом журналистской деятельности (автором, творческим коллективом редакции и другими). В данной работе мы обращаемся к исследованию понимания функциональной специфики телевидения будущими

актерами журналистской деятельности — обучающимися профильной кафедры факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. В процессе подготовки журналистских кадров чрезвычайно важным оказывается не только передача знаний, отработка определенных навыков, но формирование профессиональной культуры, неотъемлемой частью которой является представление о миссии журналистики, в частности, телевизионной [8]. Трансформационные процессы, вызванные сперва коммерциализацией вещания, а затем взрывным развитием цифровых технологий обуславливают важность исследования актуальных функций телевизионной журналистики, методик их преподавания, изучения понимания и мотивации студентов к их реализации.

Разработка концепции: представления о функциях в различных парадигмах

В советский период средства массовой информации анализировались как социальный институт, как следствие, функциональная специфика медиа была хорошо изучена и теоретизирована. Н.Н. Богомолова считает, что исследователи того времени выделяли следующие задачи СМИ: распространение знаний о действительности, информирование; социальный контроль и управление; интеграция общества и его саморегуляция; формирование обществен-

ного мнения; идейно-воспитательная функция; распространение культуры; развлечение [9]. Если обратиться к первоисточникам, такой список не кажется легко составимым и однозначным. Стремление модифицировать и улучшить понимание функциональной специфики СМИ приводило к появлению терминов, имеющих пересекающиеся области значения. Например, рассматривая духовно-преобразующую деятельность, Б.А. Грушин писал о формировании, изменении интенсивности установок [10], Е.П. Прохоров — об идейно-воспитательной группе задач, связанной с социальной ориентацией населения [11], И.Д. Фомичева — о ценностно-ориентирующей функции [12]. Одновременно размышляя в парадигме, заданной марксистско-ленинской концепцией, авторы демонстрировали консенсусное представление о миссии журналистики, направленной, с одной стороны, на управление общественным сознанием и поведением, с другой — на развитие, повышение политической сознательности, просвещение советских граждан.

В доминирующей либерально-демократической парадигме СМИ не рассматриваются как социальный институт [13, с. 55]. В условиях свободного рынка конкурирующих изданий от последних не может ожидать реализации каких-либо функций, иначе следовало бы говорить о конкуренции, отягощенной определенными обязательствами. Тем не менее это не значит, что вопрос социальных обязанностей медиа в западной теории не поднимается. Основные представления о миссии журналистики начали складываться еще в XVII–XVIII вв., когда возникли

концепции «четвертого сословия» и «сторожевого пса» [14], предполагающие контроль медиа над тремя остальными ветвями власти, а также сложились условия для существования публичной сферы, концептуализированной в середине XX в [15–17]. По мнению Д. МакКуэйла, первым затронул проблему функций в западной коммуникативистике Г. Лассуэлл, который выделял такие задачи, как наблюдение за окружающей средой, реагирование на окружающую среду, передача социального наследия от одного поколения к следующим [18]. Д. МакКуэйл переформулировал их как функции, направленные на интеграцию, преемственность и порядок в обществе, добавив развлекательную и мобилизационную [13]. Размышляя о миссии медиа, Дж. Каррен обуславливал ее типом политической системы, а Дж. Стрембек моделью демократического режима, подразумевая, что, если для процедуральной демократии достаточно реализации СМИ функции «сторожевой собаки», то для совещательной необходимо действенное вовлечение граждан в политические дискуссии, т.е. выполнение коммуникационной функции [19; 20].

В постсоветской теории медиа отечественные практики и теоретики телевизионной журналистики шли по пути заимствования западной теории, многие из концептов которой можно оценить как полезные. Например, важное значение закономерно придается информированию, которое на советском этапе редко рассматривалось как самостоятельная задача, большее внимание получают функции критики и контроля (концепция «сторожевой собаки») и артикуляции общественных интере-

сов (создание публичной сферы) [21; 22]. Одновременно в постсоветской теории присутствуют продуктивные попытки инкорпорировать достижения советских исследований в современную практику, а также опыт систематизации функций [23; 24]. Что касается теории телевизионной журналистики, то ученые старались максимально сохранить концепцию, разработанную в советский период, когда были выделены информационная, культурно-просветительская, интегративная, социально-педагогическая, организаторская, образовательная и рекреативная функция, что отражается в учебных пособиях 1990-х, 2000-х гг. [25–27] Именно на этой концепции будет строиться методология исследования.

Обзор литературы: современные исследования в области функциональной теории медиа

На актуальном этапе развития теории медиа вопрос функциональной специфики продолжает оставаться в приоритете у исследователей, фокусируется внимание на результирующей задаче по улучшению качества жизни человека [28]. В поле зрения авторов попадали такие вопросы, как специфика функций в отдельных тематических сегментах, особенности реализации определенных социальных задач конкретными изданиями [29; 30]. Обращалось внимание на дисфункциональные эффекты массмедиа, вызванные серьезными трансформациями, происходящими в социальной сфере, снижением профессионального уровня журналистов и другими факторами [31; 32]. Помимо корректного понимания сущ-

ности функций авторы отмечали значимость вопроса их приоритетности [33]. Именно тема градации социальных задач СМИ по степени важности будет раскрыта и в данной работе.

Надежды на более качественную реализацию функций теоретики обуславливали появлением новых медиа. В частности, именно с цифровым медиaprостранством, менее контролируемым государством, часто связывались лучшие условия для выполнения контрольной миссии журналистики, хотя исследования демонстрировали недоверие потребителей к новым медиа, которые часто действовали в интересах отдельных групп, а не на «общее благо» и, таким образом, проявляли дисфункциональные эффекты [34]. Важно отметить, что, несмотря на постсоветскую коммерциализацию медиа, авторы продолжают фокусировать внимание на созидательных смыслах журналистики, ряд ученых отмечают социоформирующую и культуроформирующую как важнейшие задачи [35].

В условиях трансформации современного общества и медиасферы, в частности, авторы обращались и к вопросу подготовки журналистских кадров, проблеме понимания функций журналистики в профессиональной среде [36]. Проскурнова Е.Л., Волкова И.И. использовали в исследованиях метод опроса студентов, которые сами являются создателями контента и, таким образом, отчасти экспертами в области медиа [37; 38]. В научных работах также изучались представления о целях и задачах будущей деятельности, имеющиеся у учащихся факультетов журналистики [39].

Уникальность данного исследования заключается как в количестве респондентов, принявших участие в опросе, так и в специфике политического контекста глобальной турбулентности, в условиях которого он проводился.

Методология

В ходе исследования были опрошены 129 студентов телевизионного отделения факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова. В число респондентов были намеренно включены только обучающиеся профильной кафедры: так как специализация начинается на факультете журналистики после второго года обучения, опрос охватил студентов третьего и четвертого курса бакалавриата и первого и второго курса магистратуры. Исследование проводилось на профильных занятиях, которые не всегда по своей тематике были связаны с проблемой функций СМИ, для ответа на вопрос выделялось 10–15 мин.

Учащимся был предложен список из десяти обязанностей телевизионных журналистов, основу которых составили функции, описанные в учебном пособии по телевизионной журналистике [27]. В перечень были добавлены задачи, традиционно выделяемые западноевропейскими исследователями медиа, получившие развитие в постсоветской теории. В список обязанностей также была включена функция эмоционально-психологического тонуса, сформулированная советскими учеными. Данную задачу можно рассматривать как близкую к развлекательной и рекреативной, однако она, несомненно, имеет самостоятельное добавочное значение, связанное с готовностью

к позитивной деятельности на благо себя и общества, а также ментальным здоровьем человека.

Таким образом, конечный список функций имел следующий вид:

Информационная — информирование массовой аудитории.

Управленческая — формирование общественного мнения по принципиальным вопросам государственной идеологии и актуальным темам медиаповестки.

Интегративная — формирование чувства общности среди телевизионных зрителей, формирование чувства национального единства.

Организаторская — журналист сам включается в деятельность по решению стоящих перед обществом проблем.

Образовательная — образование телевизионной аудитории.

Культурно-просветительская — повышение культурного уровня аудитории.

Развлекательная (рекреативная) — телевидение для отдыха, развлечения.

Контрольная — контроль над решениями и деятельностью власти, крупного бизнеса.

Публичная сфера — СМИ способствуют созданию публичной сферы для организации взаимодействия власти и общества.

Создание эмоционально-психологического тонуса — «поддержание психологической формы, позитивного настроения для общественно необходимой деятельности, способности наслаждаться жизнью и плодами своей деятельности» [10; 12, с. 44].

Из списка функций необходимо было выбрать одну приоритетную задачу современной телевизионной журналистики и аргументировать

свою позицию. Таким образом, опрашиваемым была дана возможность ответить не только на закрытый, но и на открытый вопрос, подробно обосновав свое мнение. В ходе ответа восемь студентов выбрали более одной приоритетной обязанности медиа, в этом случае голос респондента был добавлен ко всем тем функциям, которые он отметил. Именно поэтому общее количество голосов больше 100 %. Один опрашиваемый не смог ответить на вопрос. В процессе обработки результатов также было принято решение систематизировать наиболее часто встречающиеся доводы, приводимые респондентами в пользу приоритетности той или иной задачи. Были выделены аргументы, которые затрагивали специфические свойства телевидения как вида СМИ; упоминали сравнение с цифровыми медиа; подчеркивали сложность внешнеполитической ситуации.

Результаты исследования

Лидером среди функций оказалась традиционная триада, выделенная в начале XX в. лордом Рейтом: информирование, развлечение, просвещение. Максимальное количество голосов набрали именно развлечение и информирование, задачи, хорошо понятные аудитории и журналистам, связанные с ними виды контента с точки зрения продюсеров коммерческого телевидения пользуются популярностью у зрителей и хорошо продаются [4, с. 9].

38 % опрошенных (49 человек) считают информирование главной обязанностью СМИ. Высказывалось мнение, что «можно прожить без развлечений, но без новостей об окружающем мире — нет». Объяс-

няя свою позицию, студенты отмечали, что информация — это основа любого медиа, без нее не было бы телевидения, именно ТВ позволяет сообщать новости нагляднее и достовернее. По мнению респондентов, видеоряд добавляет сообщению объективности, позволяя не только узнать о случившемся, но и увидеть, как все происходило. Студенты указывали на преимущество аудиовизуального формата, благодаря которому сообщения легче понять и запомнить. С информационной функцией респонденты связывали благополучие человека, т.к., основываясь на полученных сведениях, зрители будут предпринимать те или иные действия, «непосредственно влияющие на его жизнь или способные потенциально повлиять».

Сравнивая телевидение и цифровые медиа, которые молодая аудитория часто использует для получения информации, опрашиваемые фиксировали большую доступность первого в регионах и популярность этого СМИ у возрастной аудитории, более качественную работу с информацией. Некоторые писали о необходимости качественной работы с информацией, не уточняя, присутствует ли она на телевидении сегодня. Выделяя главенство информационной функции, ряд студентов замечали, что наиболее востребованным и коммерчески успешным, на их взгляд, является все-таки развлекательный контент.

Рассуждая об информировании, респонденты иногда связывали, а порой и подменяли информационную и культурно-просветительскую, информационную и управленческую функции. Например, закономерно указывали, что информация

помогает сформировать взгляды и сознание человека, или писали о том, что «главная задача ТВ — это информационное просвещение», «без просвещения никуда, а человек информированный — просвещенный и вооруженный». Студенты демонстрировали широкое понимание термина «информация», респонденты писали: «информирование — это ведь и есть то, для чего было создано телевидение: для аналитики, обсуждения важных событий». Несколько раз встречалась метафора об информации как оружии, инструменте. Опрашиваемые полагали, что «жить в неведении в наше время опасно и неправильно». В ответах совмещалась также информационная и интегративная функция. Присутствовало такое мнение: «ТВ-информация помогает людям быть частью общества».

В ответах встречалось двойственное отношение к эмоциональности телевизионной информации. С одной стороны, именно с информационной функцией студенты связывали безэмоциональную подачу, высказывалось мнение, что, «если журналист будет помнить об информационной функции журналистики, он будет выполнять свою работу более добросовестно, с опорой на этические и профессиональные нормы». В других репликах упоминалось, что именно благодаря телевидению человек имеет возможность получить информацию быстрее, достовернее и *эмоциональнее*.

Развлекательную функцию как приоритетную выбрали 21,7 % опрошенных (28 человек). Она пользовалась большей популярностью на третьем курсе бакалавриата, чем у обучающихся четвертого курса ба-

калавриата и слушателей магистратуры. Половина из тех, кто предпочел развлекательную функцию, акцентировала внимание на особенностях современной медиасреды, где ведущим источником информации оказываются интернет-медиа, тогда как телевидение используется для отдыха, развлечения, бегства от реальности.

Подчеркивая важность обязанности развлекать, создавать условия для отдыха, студенты указывали на большую популярность современного развлекательного контента («самые просматриваемые и популярные программы — развлекательные шоу, которые не несут смысловой нагрузки и не информируют о значимых политических и культурных событиях страны»; «эта функция стала самой важной и продаваемой»). Респонденты фокусировали внимание на том факте, что, благодаря развлекательному контенту, телевидение выполняет важную задачу, позволяя зрителям «отвлечься от проблем вокруг и отдохнуть». Отмечалось, что ТВ смотрят, чтобы «расслабиться», «получить дополнительные позитивные эмоции»; «мозг человека может остановиться в обработке бесконечного потока информации». Приоритетность данной функции также объяснялась аудиовизуальной природой телевидения, благодаря которой можно создать лучший развлекательный контент.

Результаты сравнения развлекательной функции телевидения и интернета демонстрировали неопределенность по этому вопросу, имеющуюся в сознании опрашиваемых. Высказывалось мнение, что развлекательную функцию лучше всего выполняет именно телевиде-

ние, однако присутствовала точка зрения, что в условиях конкуренции с интернетом, голубому экрану необходимо прилагать определенные усилия, чтобы сохранить преимущества. Обосновывая первенство развлечения для телевидения, студенты вербализировали распространенное представление об игровой природе аудиовизуальных СМИ [40], демонстрировали понимание затратности телевизионного производства. В ответах также встречалось упоминание возрастной аудитории, как приоритетной. Один из респондентов связывал с наличием развлекательного контента на телевидении успешность реализации других задач («если контент не будет развлекать аудиторию, то значительная ее часть просто перестанет его смотреть, а значит, остальные функции просто могут не сработать»).

14 % опрошенных (18 человек) выделили в качестве самой важной культурно-просветительскую функцию. Аргументируя выбор данной обязанности телевизионной журналистики, респонденты видели ее предназначение в просвещении отдельного человека, формировании его осознанности, как следствие, развитии общества (телевидение «способно интеллектуально развить наше общество и сделать его лучше»; «формирует культурные ценности, повышает образованность и развивает осознанность»). В отличие от двух предыдущих групп ответов, при описании культурно-просветительской функции часто упоминалась ее польза для общества. Студенты подчеркивали, что «хорошо просвещенный человек видит, слышит и потребляет через призму полученных навыков»; упоминали, что «многие

развлекательные и культурные программы оказывают влияние на общество и на его культурный уровень, тем самым прививая ценности и воспитывая». Несколько раз отмечалась возможность расширить кругозор и повысить культурный уровень телевизионного зрителя. Как и в случае с информационной функцией, в этой группе ответов отмечалось значение качества контента. Рассуждая о ценности культурно-просветительской задачи, студенты также объясняли ее спецификой современной внешнеполитической ситуации, предлагая при помощи соответствующего контента отдохнуть от «информационного шума». Выделяя приоритетность культурно-просветительского контента, респонденты подчеркивали важность его интересной подачи. Высказывалось также мнение, что благодаря данной функции можно налаживать «контакты с любыми культурными группами и понимать, как устроен мир».

За приоритет образовательной функции проголосовало 7,8 % студентов (10 человек). В теории телевизионной журналистики советского периода было выделено две функции, связанных с просвещением и образованием аудитории, вследствие большого количества культурно-просветительских и образовательных передач на телевизионном экране. На современном телевидении подобного контента значительно меньше, и разделение, сохраняющееся в современной теории, может рассматриваться как искусственное, лишнее, что отражалось в некоторых ответах, где эти две функции смешивались. Один из студентов, выбравших образование, например, писал: «если ТВ не служит целям просвещения аудитории, то

оно превращается в орудие пропаганды, возвращает аудиторию потребителей». Тем не менее некоторые из студентов, выделивших приоритетность образовательного контента, понимали его именно как вид передач, направленных на образование телевизионных зрителей, отмечали пользу данного вида программ для юной аудитории. В обоснованиях также встречалась апелляция к пониманию телевидения как самого массового средства информации, именно эта его специфическая особенность, по мнению респондентов, может позволить сделать образование доступным для самых широких слоев населения. Выбирая образовательную функцию, студенты высказывали пожелания о том, чтобы «СМИ способствовали развитию, а не деградации», так как «эта функция отвечает за наше будущее». В совокупности культурно-просветительская и образовательная функция набрали 21,7 % голосов (28 человек).

Управленческую функцию выбрали 7,8 % респондентов (10 человек). Задача медиа по формированию общественного мнения по актуальным вопросам медиаповестки в постсоветский период отошла на второй план, студентами часто критиковалась [39], поэтому мы склонны считать данный результат значительным. На наш взгляд, он связан как со сложной внешнеполитической ситуацией, так и с изменением отношения к группе ценностно-ориентирующих обязанностей журналиста в практике преподавания.

Свой выбор студенты объясняли, с одной стороны, значительным количеством подобного контента на телевидении, с другой — важностью данной задачи в условиях внешнеполитического кризиса («в условиях

СВО формирование общественного мнения по принципиальным вопросам государственной идеологии несомненно выходит на первый план»). Респонденты понимали управленческую функцию достаточно широко: не только как формирование определенного общественного мнения, но и как распространение ценностей и норм поведения. Опрашиваемые высказывали мнение, что «СМИ в любом случае управляют общественным сознанием и мнением, поэтому лучше управлять достойно, прививать культуру и общечеловеческие ценности». В качестве аргумента о необходимости данной обязанности для России приводились географические особенности нашей страны: «поддержание идеологии в большой по количеству населения стране очень важно для единства политического строя». Отмечались также природные свойства телевидения: «именно телевидение (в силу многих факторов) сильнее всего формирует общественное мнение». Данная обязанность, как и культурно-просветительская, связывалась с развитием общества: «управленческая функция помогает строить перспективное общество, облегчая управление им, помогает формировать правильные ценности, информировать, развлекать и просвещать могут другие СМИ». Студенты подчеркивали, что если раньше самой важной была задача по информированию, «то сегодня нужно объяснить, как эту информацию понимать и что с ней делать». Респонденты также демонстрировали понимание процесса управления общественным мнением: «очень важно создавать группы людей, которые будут владеть информацией и создавать мнение».

Интегративную функцию, которая набрала 6,2 % голосов (8 человек), направленную на создание ощущения общности среди телевизионных зрителей, формирование чувства национального единства, необходимо понимать, как один из аспектов деятельности по управлению сознанием массовой аудитории. Эта специфика интегративной задачи прослеживается и в ответах студентов. Респонденты упоминали о том, что телевидение сегодня, в основном, занимается трансляцией идей государства, которые призваны сплотить людей, продемонстрировать национальное единство. Данная потребность также обосновывалась современным внешнеполитическим контекстом.

Важность интегративной и управленческой функции опрашиваемые обосновывали значимостью телевидения как СМИ: «Интернет может реализовать информационную и развлекательную функцию лучше и быстрее, формирование чувства общности — прерогатива телевидения». В ответах была затронута и проблема одиночества современного человека, с преодолением которой должен помочь голубой экран. Встречалось и широкое толкование функции как основы для осуществления всех других: «когда вы объединены, вами можно управлять, организовывать и образовывать и так далее, поэтому для меня из интегративной функции появляются все остальные!»

Функция эмоционально-психологического тонуса также набрала 6,2 % голосов (8 человек). Обязанность по поддержанию психологической формы, созданию определенного настроения не имеет самостоятельного описания в профильном учебном

пособии, не раскрывается подробно в работах Е.П. Прохорова, которые являются основными для студентов факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, таким образом может быть классифицирована как новый материал. Тем не менее ряд студентов выделили ее как главную, другие использовали данное понятие для описания более известных функций. Респонденты отмечали специфику современной информационной повестки, на фоне которой очень важно иметь хорошее настроение. Данная задача, по мнению опрошенных, «может привести к снижению уровня депрессии и самоубийств». Главенство данной обязанности также обосновывалось природными свойствами телевидения, аудиовизуальным форматом контента: «печатные издания, радио не способны передать выражение лица». По мнению опрошенных, эмоционально-психологический тонус может создаваться при помощи развлекательного, культурно-просветительского и образовательного контента.

2,3 % (3 человека) выбрали задачу по организации взаимодействия власти и общества. Ее приоритетность вновь аргументировалась природными свойствами телевидения, позволяющими увидеть того, кто обращается к зрителю, а также тем фактом, что с другими функциями лучше справляются остальные медиа.

По одному человеку (0,8 %) отметили в качестве приоритетной организаторскую и контрольную функцию. Стоит отметить, что в советской и постсоветской традиции организаторская функция понимается как инструмент участия самих масс в управлении государственным и непосредственной демократии [12; 23; 27].

Контрольная трактуется более категорично: СМИ — это субъект, контролирующий другие ветви власти. Автор, выделивший организаторскую функцию, отметил авторитет телевидения, который необходимо использовать для привлечения внимания к проблемам общества и их решению. Студент, проголосовавший за контрольную, также ссылался на авторитет телевидения. Задачи по контролю власти отмечались некоторыми авторами при описании других задач. Например, респонденты, выделившие информационную функцию, писали о важности журналистских расследований.

В некоторых работах встречалась критика современной медиасистемы России. Например, выбрав образовательную функцию, студент писал, что «образованный телезритель сможет найти необходимую информацию, когда телевидение в условиях цензуры не сможет больше полноценно выполнять информационную», или в качестве позитивного примера плюрализма на телевидении вспоминались 1990-е гг. Один из респондентов с сожалением отмечал, что «телевизионные каналы перестали добывать эксклюзивную информацию, забирая все у информантства», что не является в полной мере соответствующим действительности.

Индивидуальные факторы, повлиявшие на выбор респондентов, в некоторых случаях можно было систематизировать. Выбирая приоритетную функцию, 21,7 % опрошенных (28 человек) сравнивали телевидение с другими СМИ, в частности интернет-медиа. Очевидно, что сами студенты часто обращаются за информацией и развлечением не к телевидению, а именно к мессенджерам или социальным сетям.

7,8 % респондентов (10 человек) аргументировали свой ответ сложной внешнеполитической ситуацией. Условия глобальной турбулентности по-разному влияли на выбор приоритетной обязанности, кто-то считал, что в современных условиях важно разлечься, получить разрядку, «отвлечься с пользой», кто-то отмечал возросшее значение информационной и управленческой задачи.

Студенты старших курсов и магистратуры чаще голосовали за функции, которые условно можно назвать более серьезными (информационную, управленческую, интегративную, культурно-просветительскую), что показывает большее влияние ролевой позиции, осознание своей ответственности как будущего представителя профессии у более старших обучающихся.

11,6 % опрошенных (15 человек) отмечали специфику телевидения как медиа в процессе ответа, причем одинаковые природные свойства (массовый охват аудитории, аудиовизуальная природа) использовались для обоснования различных функций.

Дискуссия и выводы

Ценность проведенного исследования заключается не только в возможности выстраивания предполагаемой иерархии функций согласно представлениям студентов телевизионного отделения, но в изучении и фиксации реакции обучающихся на современную теорию и практику телевизионной журналистики, анализе их собственной мотивации к реализации социальной миссии СМИ. Работа создает предпосылки для комментирования двух основных вызовов постсоветской

функциональной теории медиа, связанных с девальвацией самой функциональной теории, а также с отказом от управленческой задачи СМИ.

Первый вызов связан с формированием коммерческой модели телевизионного вещания. Коммерциализация способствовала значительному игнорированию обязанностей журналиста по отношению к человеку, социальной группе или институту, которые нуждались в удовлетворении широкого спектра потребностей помимо развлечения, ставшего в переходный период приоритетным. Развернутые ответы студентов, которые, как правило, содержали подробную аргументацию выбора ведущей функции, свидетельствовали о заинтересованности респондентов в рефлексии по вопросу функциональной теории и преждевременности ее упразднения.

Второй проблемный момент — отказ от управленческой функции телевидения (иногда понимаемой как пропагандистской), произошедший в постсоветский период, несмотря и вопреки многочисленным политическим событиям XX в., наглядно демонстрировавшим использование медиа как «мягкой силы» управляющих над управляемыми, а также концептуализации «мягкой силы» как основного инструмента управления в западных исследованиях [18]. Выделение управленческой и интегративной функций в качестве первостепенных частью респондентов (18 человек) необходимо трактовать именно с этой точки зрения, как ответ на данный вызов современной теории медиа. Важно понимание студентами значимости управленческой задачи в условиях глобальной турбулентно-

сти. Полученный результат можно также рассматривать как признак трансформации парадигмы преподавания журналистики. Выделение информирования как приоритетной функции СМИ в постсоветский период истории — чрезвычайно важно, однако, как правомерно заявляли советские теоретики, невозможно рассматривать информирование вне системы управления общественным мнением [10].

Проведенный опрос закономерно продемонстрировал приоритетность информационной, развлекательной и культурно-просветительской функции: именно эти обязанности традиционно ассоциируются с телевизионной журналистикой. Исследование показало, что в постсоветский период было сформировано представление о первостепенной важности обязанности по информированию аудитории, обоснованное как значимостью данной задачи для удовлетворения индивидуальных потребностей зрителя, так и необходимостью формирования общественного мнения и сознания. Культурно-просветительский и образовательный контент, считавшийся одним из важнейших в советский период, сохранил актуальность и в современной ситуации, по совокупному показателю он успешно конкурирует в сознании студентов профильной кафедры с развлекательными передачами. Полученные результаты актуализируют задачу по повышению культурного уровня современного телевизионного контента.

Необходимо отметить и высокие показатели обязанности по развлечению аудитории. Благодаря массовости охвата и аудиовизуальному формату телевидение остается одним из основных медиа для отдыха, отвле-

ния от проблем; отказ от данного спектра целей оставит без удовлетворения основные потребности зрителей, а само телевидение сделает менее привлекательным и однообразным.

Положительный отклик студентов на функцию эмоционально-психологического тонуса свидетельствует о необходимости дальнейшего ее изучения как аспекта развлекательного и рекреативного контента, так и самостоятельной задачи медиа. В условиях глобальной турбулентности оказывается принципиально важным не только обеспечение условий для отдыха телевизионных зрителей после рабочего дня, но и создание позитивного настроения ранним утром, в период, который характеризуется охватом разнообразных категорий зрителей, но часто недооценивается телевизионными продюсерами.

Следует отметить несправедливое невнимание студентов к организаторской и контрольной функции, которые могут быть менее актуальными в современных реалиях, но являются важной и неотъемлемой частью качественной журналистики.

Реплики респондентов демонстрировали также тот факт, что опрашиваемым порой было сложно осмыслить и дать однозначное определение тем трансформационным процессам, которые происходят сегодня в социальной сфере и медиапространстве. Стоит сказать, что даже опытным исследователям телевидения часто проблематично решить многие актуальные дилеммы медиасферы: какой должна быть

телевизионная информация, эмоциональной или безэмоциональной; цифровые или традиционные медиа являются более качественными источниками информации и многое другое.

Проведенное исследование не отрицает, а лишь еще раз наглядно демонстрирует парадокс многофункциональной сущности телевизионной журналистики. Выбирая приоритетную функцию, студенты демонстрировали отличное понимание данного феномена, связывая реализацию одной приоритетной обязанности с другими задачами. Анализ открытых ответов позволил сделать выводы о широком ряде факторов, влияющих на понимание студентами функций телевидения, среди которых можно подчеркнуть следующие:

- современная медиасреда и собственные привычки медиапотребления;
- социально-политический и экономический контекст;
- знания и навыки, получаемые в процессе обучения;
- уровень образования, степень сформировавшейся профессиональной ответственности;
- социальное окружение, знания, полученные за пределами университета.

Опрос также показал необходимость дальнейшего осмысления функциональной специфики телевизионной журналистики, особенно в вопросе разграничения тех функций, которые респонденты чаще всего путали.

Список использованной литературы

1. Bennett W.L. A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication / W.L. Bennett, S. Iyengar. — DOI 10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x // Journal of Communication. — 2008. — Vol. 58, no. 4. — P. 707–731.

2. Ellis J. Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty / J. Ellis. — DOI 10.5040/9780755604784. — London : IB. Tauris, 2000. — 193 p.
3. Борецкий Р.А. Осторожно, телевидение / Р.А. Борецкий. — Москва : ИКАР, 2002. — 259 с.
4. Засурский Я.Н. Телерадиоэфир: история и современность / Я.Н. Засурский, Л.Д. Азарх, Л.Д. Болотова ; под ред. Я.Н. Засурского. — EDN RAZOZN. — Москва : Аспект Пресс, 2005. — 239 с.
5. Полуэхтова И.А. Медиапотребление различных возрастных групп / И.А. Полуэхтова. — DOI 10.31857/S013216250028539-5. — EDN PDNRAJ // Социологические исследования. — 2023. — № 11. — С. 127–132.
6. Долгова Ю.И. Локальное телевидение: программирование и контент-стратегии в цифровую эпоху / Ю.И. Долгова. — DOI 10.17223/19986645/73/17. — EDN GWZDYO // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2021. — № 73. — С. 311–333.
7. Долгова Ю.И. Контент-стратегии российских универсальных телеканалов в условиях перехода на цифровое телевидение / Ю.И. Долгова, В.С. Федорова. — DOI 10.17223/19986645/83/12. — EDN GFROSU // Вестник Томского государственного университета. Филология. — 2023. — № 83. — С. 234–256.
8. Блохин И.Н. Предметное самоопределение культурологии журналистики: подходы к содержанию научного направления / И.Н. Блохин. — EDN CNZDAW // Медиа в современном мире. 62-е Петербургские чтения : материалы ежегод. Междунар. науч. форума, Санкт-Петербург, 28 июня-1 июля 2023 г.). — Санкт-Петербург, 2023. — С. 62–64.
9. Богомолова Н.Н. Психология печати, радио и телевидения / Н.Н. Богомолова. — Москва : Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 1991. — 125 с.
10. Грушин Б.А. Эффективность массовой информации и пропаганды: понятие и проблемы измерения / Б.А. Грушин. — Москва : Знание, 1979. — 64 с.
11. Социология журналистики / под ред. Е.П. Прохорова. — Москва : Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 1981. — 232 с.
12. Фомичева И.Д. Печать, телевидение и радио в жизни советского человека / И.Д. Фомичева. — Москва : Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 1987. — 168 с.
13. McQuail D. McQuail's Mass Communication Theory / D. McQuail. — London : Sage, 2011. — 621 p.
14. The Oxford Handbook Public Accountability / ed. M. Bovens, R.E. Goodin, T. Schillemans. — Oxford, 2014. — 719 p.
15. Habermas J. The Public Sphere: An Encyclopedia Article / J. Habermas // Critical Theory and Society. — New York : Routledge, 2020. — P. 136–142.
16. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society / J. Habermas. — London : MIT press, 1991. — 301 p.
17. Habermas J. Further Reflections on the Public Sphere / J. Habermas // Habermas and the Public Sphere / ed. C. Calhoun. — London : MIT Press, 1992. — P. 421–462.
18. Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society / H.D. Lasswell // The communication of ideas / ed. L. Bryson. — New York, 1948. — Vol. 37, no. 1. — P. 37–51.
19. Curran J. Rethinking the Media as a Public Sphere / J. Curran // Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age / P. Dahlgren, C. Sparks (eds). — London, 1991. — P. 27–57.
20. Strömbäck J. In Search of a Standard: Four Models of Democracy and Their Normative Implications for Journalism / J. Strömbäck. — DOI 10.1080/14616700500131950 // Journalism studies. — 2005. — Vol. 6, no. 3. — P. 331–345.
21. Публичная политика в России / под ред. Ю.А. Красина. — Москва : Горбачев Фонд, 2005. — 358 с.
22. СМИ и политика : учеб. пособие / под ред. Л.Л. Реснянской. — Москва : Аспект Пресс, 2007. — 256 с.
23. Корконосенко С.Г. Основы журналистики / С.Г. Корконосенко. — Москва : Аспект Пресс, 2006. — 318 с.

24. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики / Е.П. Прохоров. — Москва : Аспект Пресс, 2009. — 351 с. — EDN QWUEYX.
25. Телевизионная журналистика / отв. ред. А.Я. Юровский. — Москва : Изд-во МГУ им. М.В. Ломоносова, 1994. — 236 с.
26. Телевизионная журналистика : учебник / ред. Г.В. Кузнецов, В.Л. Цвик, А.Я. Юровский. — Москва : Изд-во МГУ, 2005. — 366 с.
27. Телевизионная журналистика : учеб. пособие / под ред. Ю.И. Долговой, Г.В. Перипечиной. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 206 с.
28. Шкондин М.В. Журналистика как фактор преодоления проблемных ситуаций мира повседневности: слагаемые целостности / М.В. Шкондин, Т.Н. Владимирова, И.Н. Демина. — DOI 10.51965/20767919_2022_1_1_138. — EDN SENWFT // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. — 2022. — Т. 1, № 1 (37). — С. 138–144.
29. Демина И.Н. Функционирование экономической журналистики: методологический подход к исследованиям / И.Н. Демина. — EDN QUTKDR // Социально-гуманитарные знания. — 2019. — № 8. — С. 253–263.
30. Мисонжников Б.Я. Мобилизационная функция тактических медиа как герменевтическая категория / Б.Я. Мисонжников. — EDN XVJGKD // Современная периодическая печать в контексте коммуникативных процессов. — 2017. — № 2. — С. 86–94.
31. Павлова Л.Н. Новостная журналистика: практика подмены функций / Л.Н. Павлова, Н.А. Аргылов. — DOI 10.22363/2312-9220-2021-26-1-132-141. — EDN FCKMNY // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение, журналистика. — 2021. — Т. 26, № 1. — С. 132–141.
32. Мельник Г.С. Дисфункция медийного дискурса или к поиску «перформативности» тактических медиа / Г.С. Мельник, Б.Я. Мисонжников. — EDN TNZQAB // Мир лингвистики и коммуникации. — 2014. — № 2. — С. 24.
33. Вартанова Е.Л. Нормативное и идеальное: к пониманию Е.П. Прохоровым теории журналистики / Е.Л. Вартанова. — DOI 10.30547/mediaalmanah.2.2021.811. — EDN RIKWXC // Меди@льманах. — 2021. — № 2 (103). — С. 8–11.
34. Каманина В.Е. Новые медиа в контексте реализации журналистами функций «четвертой власти» / В.Е. Каманина. — DOI 10.24412/2071-6141-2021-4-94-106. — EDN OBVDZD // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. — 2021. — № 4. — С. 94–106.
35. Латышева Ж.В. Социально-институциональные детерминанты журналистики / Ж.В. Латышева. — DOI 10.52575/2712-7451-2022-41-3-454-462. — EDN EJGDRD // Вопросы журналистики, педагогики, языкознания. — 2022. — Т. 41, № 3. — С. 454–462.
36. Савинова О.Н. Миссия прессы в современном трансформирующемся обществе и подготовка журналистских кадров / О.Н. Савинова. — EDN VVMTKB // Век информации. — 2016. — № 2. — С. 74–76.
37. Волкова И.И. О перспективах новостного телевидения: материалы глубинных интервью / И.И. Волкова, Е.Л. Проскурнова, Т.Т.З. Чан. — DOI 10.24224/2227-1295-2021-3-157-170. — EDN SRSQCC // Научный диалог. — 2021. — № 3. — С. 157–170.
38. Проскурнова Е.Л. Профессия тележурналиста в оценке студентов направления «телевидение» / Е.Л. Проскурнова. — DOI 10.30547/vestnik.journ.4.2023.2141. — EDN PVWXQT // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2023. — № 4 (48). — С. 23–43.
39. Долгова Ю.И. Функции телевидения в многополярном мире / Ю.И. Долгова. — EDN VYQDKF // Средства массовой коммуникации в многополярном мире: проблемы и перспективы : материалы VI Всероссийской научно-практической конференции (Москва, 20–21 октября 2015 г.). — Москва : Изд-во РУДН, 2015. — С. 51–55.
40. Волкова И.И. Экранные игровые коммуникации как индикатор восприятия медиареальности: статусно-поколенческий аспект / И.И. Волкова. — EDN XVLQWT // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. — 2018. — № 4. — С. 124–138.

References

1. Bennett W.L., Iyengar S. A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication. *Journal of Communication*, 2008, vol. 58, no. 4, pp. 707–731. DOI: 10.1111/j.1460-2466.2008.00410.x.
2. Ellis J. *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. London, IB. Tauris, 2000. 193 p. DOI:10.5040/9780755604784.
3. Boretskii R.A. *Watch out, TV*. Moscow, IKAR Publ., 2002. 259 p.
4. Zasurskii YA.N., Azarkh L.D., Bolotova L.D. *Television and Radio Broadcast: History and Modernity*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2005. 239 p. EDN: RAZOZN.
5. Poluekhtova I.A. Media Consumption by Different Age Groups. *Sotsiologicheskie issledovaniya = Sociological Studies*, 2023, no. 11, pp. 127–132. (In Russian). EDN: PDNRAJ. DOI: 10.31857/S013216250028539-5.
6. Dolgova YU.I. Local Television: Programming and Content Strategies in the Digital Age. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2021, no. 73, pp. 311–333. (In Russian). EDN: GWZDYO. DOI: 10.17223/19986645/73/17.
7. Dolgova YU.I., Fedorova V.S. Content Strategies of Russian General-Interest Channels in the Transition to Digital Television. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya = Tomsk State University Journal of Philology*, 2023, no. 83, pp. 234–256. (In Russian). EDN: GFROSU. DOI 10.17223/19986645/83/12.
8. Blokhin I.N. Subject Self-Determination of Cultural Journalism: Approaches to the Content of the Scientific Direction. *Media in the Modern World. 62nd Saint Petersburg Readings. Materials of the Annual International Scientific Forum, Saint Petersburg, June 28 — July 1 2023*. Saint Petersburg, 2023, pp. 62–64. (In Russian). EDN: CNZDAW.
9. Bogomolova N.N. *Psychology of Print, Radio and Television*. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 1991. 125 p.
10. Grushin B.A. *Effectiveness of Mass Information and Propaganda: Concept and Measurement Problems*. Moscow, Znanie Publ., 1979. 64 p.
11. Prokhorov E.P. (ed.). *Sociology of Journalism*. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 1981. 232 p.
12. Fomicheva I.D. *Print, Television and Radio in the Life of a Soviet Person*. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 1987. 168 p.
13. McQuail D. *McQuail's Mass Communication Theory*. London, Sage, 2011. 621 p.
14. Bovens M., Goodin R.E., Schillemans T. (eds). *The Oxford Handbook Public Accountability*. Oxford, 2014. 719 p.
15. Habermas J. The Public Sphere: An Encyclopedia Article. *Critical Theory and Society*. New York, Routledge, 2020, pp. 136–142.
16. Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. London, MIT press, 1991. 301 p.
17. Habermas J. Further Reflections on the Public Sphere. In C. Calhoun (ed.). *Habermas and the Public Sphere*. London, MIT Press, 1992, pp. 421–462.
18. Lasswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (ed.). *The Communication of Ideas*. New York, 1948, vol. 37, no. 1, pp. 37–51.
19. Curran J. Rethinking the Media as a Public Sphere. In P. Dahlgren, C. Sparks (eds). *Communication and Citizenship: Journalism and the Public Sphere in the New Media Age*. London, 1991, pp. 27–57.
20. Strömbäck J. In Search of a Standard: Four Models of Democracy and Their Normative Implications for Journalism. *Journalism studies*, 2005, vol. 6, no. 3, pp. 331–345. DOI: 10.1080/14616700500131950.
21. Krasin Yu.A. (ed.). *Public Policy in Russia*. Moscow, Gorbachev Fond Publ., 2005. 358 p.
22. Resnyanskaya L.L. (ed.). *Media and Politics*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2007, 256 c.
23. Korkonosenko S.G. *Fundamentals of Journalism*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2006. 318 p.
24. Prokhorov E.P. *Introduction to the Theory of Journalism*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2009. 351 p. EDN: QWUEYX.

25. Yurovskii A.YA. (ed.). *Television Journalism*. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 1994. 236 p.

26. Kuznetsov G.V., Tsvik V.L., Yurovskii A.YA. *Television Journalism*. Moscow, Lomonosov Moscow State University Publ., 2005. 366 p.

27. Dolgova Yu.I., Peripechina G.V. (eds). *Television Journalism*. Moscow, Aspekt Press Publ., 2021. 206 p.

28. Shkondin M.V., Vladimirova T.N., Demina I.N. Journalism as a Factor of Resolving Problematic Situations of Everyday World: Components of Integrity. *Vestnik Volzhskogo universiteta im. V.N. Tatishcheva = Vestnik of Volzhsky University after V.N. Tatischev*, 2022, vol. 1, no. 1, pp. 138–144. (In Russian). EDN: SENWFT. DOI: 10.51965/20767919_2022_1_1_138.

29. Demina I.N. Functioning of Economic Journalism: Methodological Approach to Research. *Sotsial'no-gumanitarnye znaniya = Social and Humanitarian Knowledge*, 2019, no. 8, pp. 253–263. (In Russian). EDN: QUTKDR.

30. Misonzhnikov B.Ya. Mobilization Function of Tactical Media as a Hermeneutic Category. *Sovremennaya periodicheskaya pechat' v kontekste kommunikativnykh protsessov = Modern Periodicals in the Context of Communication Processes*, 2017, no. 2, pp. 86–94. (In Russian). EDN: XVJGKD.

31. Pavlova L.N., Argylov N.A. News Reporting: Substitution of Functions. *Vestnik Rossiiskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie, zhurnalistika = RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 2021, vol. 26, no. 1, pp. 132–141. (In Russian). EDN: FCKMNY. DOI: 10.22363/2312-9220-2021-26-1-132-141.

32. Melnik G.S., Misonzhnikov B.Ya. Dysfunction of Media Discourse or in Search of Tactical Media “Performativity”. *Mir lingvistiki i kommunikatsii: ehlektronnyi nauchnyi zhurnal = World of Linguistics and Communication: Electronic Scientific Journal*, 2014, no. 2, pp. 24. (In Russian). EDN: TNZQAB.

33. Vartanova E.L. Normative and Ideal: Towards Understanding Theory of Journalism by Evgeniy Prokhorov. *MediaAl'manakh = MediaAlmanah Journal*, 2021, no. 2, pp. 8–11. (In Russian). EDN: RIKWXC. DOI 10.30547/mediaalmanah.2.2021.811.

34. Kamanina V.E. New Media in the Context of the Implementation of the Functions of the “Fourthpower”by” Journalists. *Izvestiya Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki = Izvestiya Tula State University. Humanitarian sciences*, 2021, no. 4, pp. 94–106. (In Russian). EDN: OBVDZD. DOI: 10.24412/2071-6141-2021-4-94-106.

35. Latysheva Zn.V. Socio-Institutional Determinants of Journalism. *Voprosy zhurnalistiki, pedagogiki, yazykoznaniiya = Issues in Journalism, Education, Linguistics*, 2022, vol. 41, no. 3, pp. 454–462. (In Russian). EDN: EJGDRD. DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-3-454-462.

36. Savinova O.N. Mission of the Press in the Contemporary Transforming Society and Journalists' Training. *Vek informatsii = The Information Age*, 2016, no. 2, pp. 74–76. (In Russian). EDN: VVMTKB.


37. Volkova I.I., Proskurnova E.L., Tran T.T.D. Prospects of News Television: Materials of In-depth Interviews. *Nauchnyi dialog = Scientific Dialogue*, 2021, no. 3, pp. 157–170. (In Russian). EDN: SRSQCC. DOI: 10.24224/2227-1295-2021- 3-157-170.

38. Proskurnova E.L. Assessment of the TV Journalist's Profession by Studying TV Journalism. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2023, no. 4, pp. 23–43. (In Russian). EDN: PVWXQT. DOI: 10.30547/vestnik.journ.4.2023.2141.


39. Dolgova Yu.I. Functions of Television in a Multipolar World. *Mass Communications in a Multipolar World: Problems and Prospects. Materials of the VI All-Russian Scientific and Practical Conference, Moscow, October 20-21 2015*. Moscow, RUDN Publ., 2015, pp. 51–55. (In Russian). EDN: VYQDKF.

40. Volkova I.I. Screen-Based Game Communications as an Indicator of the Perception of Media Reality: The Social Status and Generation Aspect. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10: Zhurnalistika = Moscow University Journalism Bulletin*, 2018, no. 4, pp. 124–138. (In Russian). EDN: XVLQWT.

Информация об авторе

Долгова Юлия Игоревна — кандидат филологических наук, доцент кафедры телевидения и радиовещания, факультет журналистики, Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация, YIDolgova@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0001-8861-0521>, SPIN-код: 1595-6606, ResearcherID: AAN-9360-2021.

Author Information

Yulia I. Dolgova — PhD in Philology, Associate Professor of the Department of Television and Radiobroadcasting, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation, YIDolgova@gmail.com,  <https://orcid.org/0000-0001-8861-0521>, SPIN-Code: 1595-6606, ResearcherID: AAN-9360-2021.

Для цитирования

Долгова Ю.И. Функции журналистики в контексте профессиональной культуры глазами российских студентов специальности «телевизионная журналистика» / Ю.И. Долгова. — DOI 10.17150/2308-6203.2024.13(1).88-106. — EDN UZVKMH // Вопросы теории и практики журналистики. — 2024. — Т. 13, № 1. — С. 88-106.

For Citation

Dolgova Yu.I. The Functions of Journalism in the Context of Professional Culture Through the Eyes of Russian Students Learning TV Journalism. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2024, vol. 13, no. 1, pp. 88–106. (In Russian). EDN: UZVKMH. DOI: 10.17150/2308-6203.2024.13(1).88-106.